

**ПРОБЛЕМЫ МАРКЕТИНГА НОВОГО ИТ-ПРОДУКТА  
В СЕГМЕНТЕ МАЛОГО БИЗНЕСА**

Статья посвящена маркетинговым проблемам продвижения и производства нового ИТ-продукта. Федеральный закон об онлайн-кассах обязал российские предприятия оптовой и розничной торговли использовать кассовую технику и передавать электронные копии чеков онлайн в налоговую инспекцию. Это открыло новое направление в деятельности ИТ-компаний. Особую трудность для работы ИТ-компаний по новому направлению представляет сегмент малого бизнеса, поскольку российскому малому бизнесу свойственны в большой степени хронический дефицит финансирования оперативной деятельности, нехватка средств для инвестирования, ограниченность возможностей повышения компетенций в сфере ИТ у сотрудников и самих руководителей. Рассмотрены проблемы отдельных групп малых предприятий по перестройке своей работы в зависимости от исходного состояния их бизнес-процессов и возможности ИТ-компаний по их решению.

*Ключевые слова:* маркетинг, малый бизнес, ИТ-продукт, новый продукт, сложные услуги, ритейл, торговое предприятие.

**N.V. Polyakova,  
E.A. Kasapenko****PROBLEMS OF MARKETING NEW IT-PRODUCT  
IN THE SEGMENT OF SMALL BUSINESS**

The article is devoted to marketing problems of promotion and production of a new IT product. The federal law on online cash registers obliged Russian wholesale and retail enterprises to use cash register equipment and transfer electronic copies of checks online to the tax inspectorate. This opened a new direction in the activities of IT companies. The segment of small business presents a special difficulty for the work of IT companies in a new direction, since Russian small business is characterized by a largely chronic lack of financing operational activities, a shortage of funds for investment, and a limited ability to improve IT competencies among employees and managers themselves. The problems of separate groups of small enterprises on restructuring their work are considered depending on the initial state of their business processes and the possibility of IT companies to address them.

*Keywords:* marketing, small business, IT-product, new product, complex services, retail, trade enterprise

В июне 2016 года был принят 290 Федеральный закон «О внесении изменений в Федеральный закон "О применении контрольно-кассовой техники при

осуществлении наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием платежных карт». Он внес поправки в положения основного 54-ФЗ «О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием электронных средств платежа», который определяет использование контрольно-кассовой техники (далее ККТ) при организации оптовой и розничной торговли. По новому стандарту применения кассового оборудования все предприятия, осуществляющие торговлю товарами и услугами (включая тех, кто работали без кассового аппарата), обязаны передавать электронные копии чеков онлайн в ИФНС (инспекцию федеральной налоговой службы). Поправки в определенной мере изменяют принципы и систему работы предприятий.

Исследователи и практические специалисты называют новые требования Закона одними из самых глобальных в системе ритейла за последние несколько лет. Переход на онлайн-ККТ – фактор, напрямую влияющий на дальнейшую работу бизнеса. Все единодушно считают: подготовиться к новым условиям следует ответственно и главное здесь – не затягивать [1].

В связи со сложностью задачи предусматривается поэтапность перехода на онлайн-кассы. С 1 июля 2017 года на новый порядок работы перешли организации с общей системой налогообложения и упрощенной системой налогообложения. С 1 июля 2018 года назначен срок перехода для малого бизнеса, то есть для предпринимателей с единым налогом на вмененный доход и с патентной системой налогообложения, причем вне зависимости от того, применяли ли они ранее кассовую технику в своей работе. Таким образом, правительство РФ дает предпринимателям время для адаптации своей деятельности к требованиям нового закона.

При этом предусмотрены довольно строгие меры за неприменение или ненадлежащее применение контрольно-кассовой техники (изъятие выручки, значительные для малого бизнеса штрафы, дисквалификация должностных лиц и административное приостановление деятельности магазинов) [3]. В результате правомерно «обойти» новую систему при открытии и ведении бизнеса будет практически невозможно.

Необходимо подчеркнуть: несмотря на то, что из-за требований нового закона малый бизнес понесет затраты и будет вынужден перестроить свою работу, эта реформа имеет ряд преимуществ. Контроль за коммерческой деятельностью со стороны государственных органов становится более прозрачным, а защита потребителей – более действенной. Применение контрольно-кассовой техники нового образца призвано также помочь предпринимателям, ведущим честный бизнес, и дает им определенные преимущества. Основные из них следующие [4]:

– возможность дистанционной регистрации, перерегистрации, снятия с учета касс и т.д. на сайте Федеральной налоговой службы (далее ФНС) – быстро и без физического присутствия руководителя бизнеса. Необходимо только наличие кассового аппарата и квалифицированная электронно-цифровая подпись (ЭЦП);

– снижение количества проверок, поскольку данные о продажах будут поступать в налоговые органы автоматически. Проверки касс и расчётов будут осуществляться в автоматизированном режиме;

– руководители бизнеса получают возможность следить за этими процессами в режиме реального времени, что повышает эффективность управления бизнесом.

Однако воспользоваться этими преимуществами без помощи специалистов малый бизнес очень часто не в состоянии. Здесь проявляются особенности этого бизнеса [5, с. 82-84]:

– хронический дефицит финансирования оперативной деятельности и нехватка средств для инвестирования;

– мало возможностей для оснащения техникой, ее обновления и содержания в штате ИТ-специалистов;

– меньшие возможности повышения компетенций в сфере ИТ у сотрудников и самих руководителей;

– основной задачей бизнеса является скорее выживание, чем развитие.

И здесь свою роль призваны сыграть ИТ-компании, оказывая предприятиям малого бизнеса соответствующие услуги. Поставка контрольно-кассовой техники, одобренной для работы по новому порядку, стала главным новым направлением их деятельности в 2016–2017 гг. Кроме приобретения кассовой техники нового образца необходимо провести ее регистрацию на сайте ФНС и заключить договор на обработку и хранение данных с оператором фискальных данных (ОФД). Для осуществления этих действий обязательно наличие квалифицированной электронно-цифровой подписи, выпуском которой могут заниматься только удостоверенные в этом ИТ-компании. Оказание дополнительных услуг в значительной степени сокращают трудозатраты руководителей бизнеса, и, как результат, они получают профессиональное выполнение требований для работы с онлайн-ККТ.

Надо признать, что в настоящее время на российском рынке ритейла малый бизнес испытывает большие трудности при адаптации к условиям деятельности по требованиям нового Закона. Одной из причин является изначально незначительное потребление ИТ-услуг предприятиями малого бизнеса [2].

Действительно, стабильный и относительно беспроблемный переход на новые условия возможен, когда уже есть действующая информационная система, в рамках которой ведется коммерческая деятельность предприятия. Есть техника, пусть и не вполне подходящая, обученный персонал, культура работы с информационными технологиями. Это первый вариант ситуации, в которой оказались малые предприятия. При этом варианте переход на новую систему работы осложнен тем, что при устаревшей информационной базе новая техника не будет с ней совместима, а персонал не имеет нужных компетенций.

Вероятность иной ситуации более высока: когда такой информационной базы нет совсем, а есть старая, несовременная или неподходящая к новым требованиям техника. Это часто объясняется тем, что большинство моделей кассовых аппаратов, выпускаемых в стране, эксплуатировались на протяжении нескольких лет, а то и десятилетий. И, конечно, для нового стандарта они не под-

ходят. В этом случае требуется гораздо больше затрат и усилий со стороны руководства и персонала, а также, как правило, затрудняет или временно нарушает привычный процесс продажи товаров и услуг.

Третий вариант ситуации при переходе возникает с теми малыми предприятиями, которые не имели ранее даже кассовых аппаратов. Здесь требуются новые для предприятия затраты и большие усилия для преодоления когнитивных ограничений руководителей, персонала, а порой и клиентов.

В любом случае необходимо решать проблему выбора той или иной модели контрольно-кассовой техники и программного обеспечения. Выбор обосновывается системой налогообложения, масштабом бизнеса, видом предпринимательской деятельности, спецификой продаваемых товаров (услуг), скоростью обслуживания покупателей, необходимостью ведения учета проданной продукции, количеством сотрудников.

Компании, производящие ИТ-продукты, при работе в сегменте малого бизнеса преодолевают дополнительные трудности, связанные с ограниченностью финансовых и технологических средств, а также когнитивных ресурсов у руководителей и персонала малых предприятий. Неслучайно интерес к этому сегменту рынка ИТ-компании проявили после охвата обслуживанием более крупных предприятий. Компания «Форус» имеет многолетний опыт работы с небольшими клиентами и в настоящее время продвигает продукт «онлайн-ККТ», который структурно состоит из товара «контрольно-кассовое оборудование» и комплексной услуги «регистрация», включающей в себя: выпуск квалифицированной электронно-цифровой подписи (при необходимости), регистрация ККТ на сайте ФНС, подключение к ОФД и обучение по работе с моделью (если требуется).

Несмотря на строгость требований нового Закона об онлайн-кассах, основной проблемой продвижения нового продукта в сегмент малого предпринимательства является доказательство целесообразности этого продукта. Здесь клиенту особенно важно понять, как изменится порядок его работы, какую пользу он получит и во сколько это ему обойдется. Он исходит из своих текущих возможностей и перспектив рынка и отрасли (направления бизнеса) и решает, будет ли он заниматься продажей товаров и услуг на протяжении длительного периода или это будет короткий период ведения бизнеса. Информационная услуга ему необходима для принятия решения по ряду задач, стоящих перед торговым предприятием, например, автоматизировать ли рабочий процесс с помощью введения информационных систем, предназначенных для совершенствования работы сотрудников и в офисе, и в торговой точке. Для каждого элемента сектора торговли можно предложить индивидуальный вариант, согласно задачам заказчика и того направления, в рамках которого и будет вестись работа ИТ-компании.

В сущности, после вступления в силу 290 Закона ИТ-компании открыли для себя новое направление бизнеса. Однако для успеха на этом направлении сами ИТ-компании должны «вырасти»: получить подтверждение специальных статусов, разработать схемы бизнес-процессов по управлению продвижением и производством нового продукта, обеспечить наличие компетенций у сотрудни-

ков. Необходимо знание нового продукта, его ценности и особенностей потребления клиентами-предприятиями малого бизнеса. И здесь возникают трудности, главная из которых – это ассортимент контрольно-кассового оборудования, который будет представлен компанией рынку. Нужно ли массово производить закупки оборудования у поставщиков и производителей торгового оборудования? Дело в том, что к периоду перехода были разработаны множество моделей кассовых аппаратов с разными ценами и характеристиками, которые спустя несколько месяцев не оправдали обещаний и не выполняли свои функции. Последовала волна недовольства со стороны ритейлеров, что не могло не отразиться на репутации IT-компании, поставляющей данный товар. Подтвердить заявленный статус эти производители не смогли, и рынок остался только с проверенными и подтвержденными моделями кассового оборудования, такими как «АТОЛ», «ШТРИХ-М», «ЭВОТОР». Теперь ясно, что не все аппараты пригодны для работы и надо тщательно изучить торговый ассортимент. Это необходимо не только для поставки клиенту качественных продуктов, но и для подбора оптимального оборудования, исходя из целого ряда составляющих (вид деятельности, предназначение оборудования, количество чеков в день, финансовые ограничения и другие особенности работы клиента).

Таким образом, сложность предоставления товара и услуги «онлайн-ККТ» заключается в том, что каждая из сторон участия в деле перехода к новым условиям должна в срок выполнить свои функции, несмотря на трудности. Со стороны государства необходима подготовка и контроль за исполнением норм законодательства, помощь и поддержка малому бизнесу. Исполнители – IT-компании – должны обеспечить продвижение и производство нового продукта. Для сегмента малого бизнеса ключевой проблемой остается возможность продолжать коммерческую деятельность без серьезного ущерба бизнесу с переходом на новую систему применения ККТ.

### Список использованной литературы

1. Онлайн-кассы с 2017. Новый закон простыми словами [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://dreamkas.ru/blog/online-kassy-s-2017>.
2. Проблемы IT-организации в малом и среднем бизнесе [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.a7service.ru/blog/problemy-it-organizacii-v-malom-i-srednem-biznese>.
3. Мария Правдина: «54-ФЗ: в чём суть закона об онлайн-кассах и какая от него польза бизнесу» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://biz360.ru/materials/54-fz-v-chyem-sut-zakona-ob-onlayn-kassakh-i-kakaya-ot-nego-polza-biznesu>.
4. В чем суть закона об онлайн-кассах и какая от него польза бизнесу [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://buh.ru/articles/documents/56164>.
5. Полякова Н. В. Теоретические и практические проблемы производства информационно-технологических услуг / Н. В. Полякова, А. А. Обухова. – Иркутск : Изд-во БГУЭП, 2014. – 174 с.

### **Информация об авторах**

*Полякова Нина Владимировна* – доктор экономических наук, профессор кафедры менеджмента, маркетинга и сервиса, Байкальский государственный университет, 664003, г. Иркутск, ул. Ленина, 11, e-mail: polyakovanv@bgu.ru.

*Касапенко Екатерина Андреевна* – студент магистратуры, кафедра менеджмента, маркетинга и сервиса, Байкальский государственный университет, 664003, г. Иркутск, ул. Ленина, 11, e-mail: ekasapenko@gmail.com.

### **Authors**

*Polyakova Nina Vladimirovna* – DSc in Economics, Professor, Department of Management, Marketing and Service, Baikal State University, 11 Lenin St., 664003, Irkutsk, Russian Federation, e-mail: polyakovanv@bgu.ru.

*Kasapenko Ekaterina Andreevna* – master student, Department of Management, Marketing and Service, Baikal State University, 11 Lenin St., 664003, Irkutsk, Russian Federation, e-mail: ekasapenko@gmail.com.